

ABSTRAK

Setiap perusahaan membutuhkan pemasaran untuk dapat mengenalkan produk / jasa yang mereka tawarkan kepada masyarakat, dengan pemasaran yang baik, maka masyarakat akan lebih mengenal dan tertarik untuk menjadi konsumen dari perusahaan tersebut. Oleh karena itu Pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan membutuhkan strategi yang tepat, agar informasi yang disebarkan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Permasalahan yang dihadapi perusahaan adalah kurangnya penyebaran informasi dari perusahaan kepada masyarakat, serta kurangnya kemudahan dalam pemesanan produk, mengakibatkan kurang meluasnya pangsa pasar perusahaan karena kurangnya pengetahuan masyarakat akan informasi mengenai produk dan perusahaan. E-Marketing adalah salah satu cara untuk dapat meningkatkan pangsa pasar, analisis yang dilakukan adalah melalui metode observasi, wawancara, kuesioner, studi kepustakaan, analisis lima kekuatan porter, dan 7 tahap internet marketing, dari analisis tersebut didapatkan bahwa PT. XYZ cocok untuk menerapkan E-Marketing, E-Marketing menjadi sebuah solusi untuk penyelesaian permasalahan perusahaan dalam penyebaran informasi kepada masyarakat mengenai produk – produk perusahaan serta mempermudah dalam proses pemesanan, manfaat penerapan E-Marketing berbasis website adalah efektifitas dan fleksibel, diharapkan menjadi strategi yang tepat dalam memaksimalkan proses pemasaran perusahaan.

Kata Kunci: *E - Marketing*, Pemasaran, Promosi